

## Valors superflus

Anàlisi metodològica de l'enquesta sobre «Valors bàsics, circumstàncies vitals i orientacions polítiques: estudi pilot a la província de Barcelona»

**Marta Rovira** | [mrovira@identitats.org](mailto:mrovira@identitats.org)

**Jordi Solà** | [jordi@clauconsultors.com](mailto:jordi@clauconsultors.com)



**El març d'enguany, el Centre d'Estudis d'Opinió va presentar els resultats de l'enquesta sobre «Valors bàsics, circumstàncies vitals i orientacions polítiques», un estudi pilot que pretén aproximar-se a les qualitats atribuïdes a la ciutadania de Catalunya. La lectura acurada dels resultats ha desvetllat alguna sorpresa sobre el mètode utilitzat i les finalitats d'aquest treball.**

Pretendre estudiar els valors de la societat actual és una gosadia, un propòsit abocat al fracàs si no es fa amb una gran dosi de coneixement de causa i de rigor. I encara. Els qui ens dediquem a l'ofici de sociòleg sabem que no és fàcil preguntar a la ciutadania sobre certes coses, sobretot si s'escapen de les problemàtiques que la gent corrent es planteja habitualment. Fora de les tertúlies o dels assajos que aboquen receptes fàcils per a una societat més endreçada, la qüestió dels valors és tan etèria que cal mirar-se amb cura qualsevol treball que pretengui

\* Marta Rovira i Jordi Solà són sociòlegs, membres del Grup d'Estudis de les Identitats.

## **La qüestió dels valors és tan etèria que cal mirar-se amb cura qualsevol treball que pretengui atrapar-los en format estadístic, per la dificultat que comporta aquest element d'estudi**

atrapar-los en format estadístic, per la dificultat que comporta aquest element d'estudi.

És per això que ens ha despertat una enorme curiositat l'enquesta sobre «Valors bàsics, circumstàncies vitals i orientacions polítiques: estudi pilot a la província de Barcelona» presentat pel Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) a inicis de març d'enguany. L'interès també va ser àmpliament compartit pels mitjans de comunicació, especialment la premsa escrita, que en les cròniques de la presentació de l'estudi usaven amb una gran familiaritat un vocabulari d'alta volada –autotranscendència, hedonisme, autoperfeccionament, assoliment ...– presumptament relacionat amb els valors dels catalans en general, i dels simpatitzants d'una o d'altra força política en particular.

Això no obstant, així que vam començar a fullejar l'informe de l'estudi vam passar de la curiositat pel contingut als dubtes sobre els motius d'aquesta enquesta i sobre la seva base metodològica. En aquest article volem exposar els indicis que ens porten a dubtar del contingut i a sospitar de la intencionalitat d'aquest treball.

### **Primer indicati: les preguntes sobre els valors són una minoria de les preguntes del qüestionari**

Excloent les preguntes de classificació de l'entrevistat –sexe, edat, lloc de naixement...–, el qüestionari de l'estudi consta de 40 preguntes, de les quals només 10 cerquen

mesurar els valors. En primer lloc, les altres preguntes s'orienten a preguntar el vot a les darreres eleccions autonòmiques d'una manera nova que faci més fàcil que els abstencionistes admetin no haver votat. En segon lloc, i més important, a conèixer els problemes socials i polítics prioritaris dels ciutadans i algunes de les seves principals actituds polítiques. D'aquesta part majoritària del qüestionari –la que per a nosaltres té major interès– no se'ns facilita cap resultat en l'informe publicat al web de l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT) i distribuït pel CEO.

Sembla mentida que ningú no pari atenció si un organisme públic que fa una enquesta política oblida facilitar la major part dels resultats obtinguts. El record d'un pasat no gaire llunyà caracteritzat per situacions alarmants de falta de transparència i publicitat en la publicació de les enquestes ens hauria de fer especialment sensibles davant aquests dèficits.

### **Segon indicati: el moment en què es fa l'enquesta**

Immediatament després de les eleccions al Parlament de Catalunya del 2006 va començar el treball de camp del Baròmetre d'Opinió Política, l'estudi més important de què s'ocupa el CEO, pel qual periòdicament s'enquesta la població catalana sobre opinió i comportament polític. Tan bon punt s'obtenen els primers resultats del Baròmetre, s'encarrega l'enquesta de valors, que comença a recollir dades a

## **L'estudi consta de 40 preguntes de les quals només 10 cerquen mesurar els valors. En l'informe distribuït pel CEO no se'ns en facilita cap resultat de la part majoritària**

inícis de desembre. Considerant que les preguntes referides als valors són només 10, bé s'haurien pogut incloure dins el Baròmetre de quinze dies abans, que, no ho oblidem, inclou un apartat d'actituds i valors polítics.

D'altra banda, la proximitat a unes eleccions no és bona si es vol indagar sobre els valors, que són més estables que el mateix vot electoral i la mesura dels quals pot veure's afectada per circumstàncies conjunturals relacionades amb els eixos d'una determinada campanya.

### **Tercer indicatiu: la celeritat amb què s'encarrega**

El total d'enquestes a realitzar es va dividir en tres lots que van ser encarregats a tres empreses diferents, cadascuna d'elles encarregada d'una àrea geogràfica. Dividir una única enquesta en diverses parts és un procediment útil administrativament si tenim moltes enquestes a realitzar –que no és el cas– o bé si necessitem una contractació més ràpida –l'import de l'encàrrec és menor i es pot ser més àgil en l'adjudicació–. En qualsevol cas, el procediment no és habitual i no n'hem trobat precedents en els estudis recents encarregats per la Generalitat.

Però quina pressa pot haver a estudiar els valors? Cap ni una. En canvi, la pressa sí que té sentit si el que es busca és l'estudi d'aspectes relacionats amb les passades eleccions, de les quals convé no allunyar-se gaire. És a dir, de la part del qüestionari que no s'analitza públicament ni es mostra.

En aquest sentit, hem d'entendre que tres de les preguntes de l'enquesta estan dedicades precisament a recordar el vot de les darreres eleccions autonòmiques, amb una redacció especial perquè els abstencionistes admetin més fàcilment que no van votar. El darrer Baròmetre del CEO acabava de preguntar el mateix –el record del vot de l'1 de novembre– quinze dies abans i més d'un 80% de la mostra deia haver votat. Aleshores el CEO va voler preguntar-ho d'una altra manera per veure si sortien més abstencionistes. La necessitat de tornar a fer aquesta pregunta d'una altra manera justifica fer 3.000 enquestes d'un nombre considerable de preguntes amb tantes presses?

### **Quart indicatiu: el disseny mostral. Per què la província de Barcelona i no tot Catalunya?**

En contra del criteri que suposadament hauria de tenir una institució que depèn de la Generalitat de Catalunya, el CEO encarrega un estudi limitat a la província de Barcelona, que com a univers no recull res específic, ja que conté territoris en si mateixos diferenciats, com és la ciutat de Barcelona, l'Àrea Metropolitana –cinturó industrial– i la resta de la província –amb entorns econòmicament i socialment diferenciats de la resta com les comarques d'Osona i del Bages–. Una institució com el CEO ha suplert les mancances històriques que existien en la realització d'enquestes oficials que prenguessin com a refe-

## **El fet que l'estudi se centri en la província de Barcelona ens fa sospitar que obeeix a la voluntat d'analitzar amb més cura l'electorat metropolità**

rència la totalitat del territori del Principat mentre que de l'àrea metropolitana de Barcelona ja es disposaven de dades gràcies als estudis promoguts per l'Institut d'Estudis Metropolitans i l'Ajuntament de Barcelona. A tomb de què ve centrar-se ara en la província de Barcelona?

El fet que l'Enquesta estigui plantejada com un estudi pilot no justifica pas aquesta decisió. Una prova pilot permet veure si una determinada manera de preguntar les coses funciona i pot ser útil per a futurs treballs fets amb plenitud –mostra completa–. Quan es planteja una prova pilot i se circumscriu l'estudi a una part del territori –província de Barcelona– per comptes d'incloure la totalitat –Catalunya–, això ha de servir per estalviar-se unes quantes enquestes i d'aquesta forma reduir el cost del treball de camp.

Però en aquest cas, el més extraordinari és que un estudi pilot limitat a la província de Barcelona es fa amb 3.000 enquestats, una mostra prou gran per representar amb proporcions més que sobrades tot Catalunya. Com a exemple de les proporcions que agafen les mostres habituals dels estudis d'opinió, cal pensar que l'Eurobaròmetre atribueix uns 1.000 enquestats a cada estat membre –excepte en alguns casos– i que el mateix Baròmetre del CEO no passa d'una mostra de 2.200 enquestats.

Utilitzar la província de Barcelona com a univers mostral d'una enquesta d'opinió no deixa de ser una decisió excèntrica per part d'un CEO de la Generalitat de Catalunya. Aquesta decisió deixa de ser excèntrica si suposem que el que se cerca fonamentalment és estudiar el comporta-

ment polític i l'abstencionisme de la província de Barcelona i, en especial, de l'Àrea Metropolitana.

En efecte, la conseqüència més llampanant del disseny mostral realitzat és reduir els marges d'error que corresponen a l'Àrea Metropolitana mercès a una sobrerrepresentació d'aquesta zona sense precedents. Aquest fet ens fa sospitar que tot plegat obeeix a la voluntat d'analitzar amb més cura aquest territori i, tal vegada, aprofundir en l'abstencionisme i en algun sector en concret de l'electorat metropolità. En aquest sentit, és significatiu que, globalment, s'obtingui la resposta de 79 persones que han votat Ciutadans – Partido de la Ciudadanía (C's). Els votants d'aquesta formació representen aproximadament el 2% del cens de la província de Barcelona i en canvi, representen el 2,6% dels enquestats. I se n'han trobat tants perquè la mostra sobrerrepresenta els indrets on més se'ls vota.

### **Cinquè indici: una enquesta sobre valors que menysté l'anàlisi dels valors**

De fet, tot apunta que l'estudi dels valors no és més que un afegit en una enquesta en què sobretot es pregunten altres coses que després no s'expliquen gaire, però que són més importants. Pel que fa a les preguntes referides als valors, no se'n pot treure cap conclusió fefaent.

Els estudis quantitatius sobre valors que es duen a terme arreu tendeixen a tractar de mesurar una infinitud d'as-

**El CEO ha modificat el tipus d'enquesta,  
el nombre i els enunciats de les preguntes,  
l'escala per recollir les respostes  
i la forma de treballar les dades**

pectes relacionats amb aquesta temàtica. Resulta d'allò més significatiu de fins a quin punt els valors no són la principal motivació de l'enquesta del CEO que l'estudi dels valors es limiti a incorporar una versió reduïda i distorsionada d'una bateria de preguntes utilitzada internacionalment sense complementar-la amb cap altra qüestió.

La bateria de preguntes suposadament utilitzada es basa en la Teoria dels Valors Bàsics de Shalom H. Schwartz, desenvolupada metodològicament mitjançant el Portrait Values Questionnaire (PVQ). Tal com explica la mateixa introducció a l'enquesta, aquesta metodologia es basa en preguntes que acumulades defineixen un perfil de persona i que s'agrupen sota epígrafs com ara «autodirecció», «seguretat», «conformitat»... Cadascuna d'aquestes denominacions serveixen per descriure el resultat acumulat de diverses preguntes –indicadors–.

Tot aquest esquema ha estat avaluat i validat en infinitud d'enquestes fetes en diferents països. La versió actual de la bateria representa la cristallització final d'un instrument en el qual es van anar introduint canvis al llarg dels anys per tal de millorar-ne el rendiment i optimitzar-lo.

No obstant això, per tal d'aplicar aquesta metodologia, validada internacionalment, el CEO ha modificat el tipus d'enquesta –de personal a telefònica–, el nombre de preguntes –adoptant una versió reduïda que s'utilitza rarament–, els enunciats de les preguntes, l'escala per recollir les respostes i finalment, la forma de treballar les dades.



## Les preguntes esdevenen més difícils de contestar, i s'obtenen respostes més homogènies que obliguen els tècnics a crear artificialment la diferència entre les respostes

A nivell metodològic, tots els canvis que s'hi han introduït són altament qüestionables. En primer lloc, una enquesta que vulgui indagar sobre els valors en què se sosté el comportament polític de les persones és recomanable no fer-la per telèfon. En segon lloc, si es fa per telèfon, és preferible emprar una sèrie de preguntes prou senzilles i sobretot orientades a accions o a opinions, més que no pas demanar a la gent que se situï en paràmetres abstractes. En canvi, el qüestionari demana a les persones enquestades que es defineixin a si mateixes a partir de frases com «Per a ell/ella és important comportar-se sempre correctament. Vol evitar fer qualsevol cosa que puguin dir que és incorrecta. Del 0 al 10, una persona així s'assembla molt o poc a vostè?». No només és dubtosa la fiabilitat d'una enquesta telefònica d'aquestes característiques, sinó que dubtem si no saltres com a enquestats podríem respondre una sèrie de preguntes semblants.

D'altra banda, la resposta que es proposa a les persones enquestades segons la metodologia del PVQ és totalment diferent de l'emprada pel CEO. El CEO demana situar-se en una escala del 0 al 10 segons la persona descrita s'assembli més o menys a un mateix. El PVQ utilitza una fórmula molt més clara i comprensible en una escala de sis punts: «s'assembla molt a mi», «s'assembla a mi», «s'assembla una mica a mi», «no s'assembla gaire a mi», «no s'assembla a mi», «no s'assembla gens a mi».

Atès que, com a resultat d'aquests canvis, les preguntes esdevenen més difícils de contestar, els enquestats

tendeixen a donar respostes més homogènies, més similars en totes les preguntes que se'ls fan. Aleshores, els tècnics es veuen obligats a crear artificialment la diferència entre les respostes restant-ne la mitjana i atribuint gran valor a diferències minúscules i no significatives estadísticament.

Però, el més important és la reducció del nombre de preguntes que defineixen els valors a una sola pregunta per cada valor. El nombre de preguntes de què consta la versió més moderna i actualitzada del PVQ és de 21. La reducció a només 10, molt poc habitual encara que amb precedents, no s'utilitza mai si l'anàlisi dels valors mitjançant aquesta metodologia és l'aspecte central de l'estudi.

Amb aquest conjunt d'innovacions, el CEO ha elaborat una versió domèstica deficient d'una enquesta internacional, les dades de la qual no es poden comparar amb cap de les enquestes realitzades suposadament amb la mateixa metodologia a la resta del món.

A banda d'això, un darrer aspecte molt significatiu i que no volem passar per alt és que una part de l'informe del CEO, la part més teòrica en què es presenta la Teoria dels Valors (apartat 1), està literalment plagiada, paraula per paraula, del capítol 1 del darrer informe de l'Enquesta Social Europea.<sup>1</sup>

---

1 <http://essedunet.nsd.uib.no/opencms.war/opencms/ess/en/topics/1/1/all.html>

## La manca de rigor metodològic suposa haver malaguanyat una excel·lent oportunitat per aprofundir en una àrea de gran interès per als estudis socials i polítics del nostre país

### Conclusions

Els anteriors indicis ens duen a creure que, de fet, l'estudi dels valors no és més que un complement maltractat en aquesta enquesta del CEO. No ens correspon formular hipòtesis sobre quina mena d'anàlisi –oculta– és possible fer amb les dades recollides a banda del que ha estat fet públic: qualsevol afirmació nostra tindria un caire eminentment especulatiu. En aquest punt, la imaginació la posa el lector. Sí que podem sostenir que aquesta aproximació, sense prou rigor metodològic a l'estudi d'un tema tant complex, suposa haver malaguanyat una excel·lent oportunitat per aprofundir en una àrea de gran interès per als estudis socials i polítics del nostre país. |

### + INFO

#### Fonts

- CEO, *Valors bàsics, circumstàncies vitals i orientacions polítiques: estudi pilot a la província de Barcelona, estudi R-374*. Febrer de 2007.
- ESS, *Human values*. 2004-2005

#### Enllaços

- Centre d'Estudis d'Opinió  
[www.idescat.net/cat/idescat/estudisopinio/](http://www.idescat.net/cat/idescat/estudisopinio/)
- European Social Survey  
[www.europeansocialsurvey.org](http://www.europeansocialsurvey.org)